

RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA ELEKTRON SAVDONI RIVOJLANTIRISHDA ASOSIY YO'NALISHLAR

Meylimurodova Nargiza Ziyodullayevna

Qarshi xalqaro universiteti magistratura talabasi

Annotatsiya. Ushbu maqolada mamlakat iqtisodiyotida raqamli texnologiyalarni rolini oshirish va elektron tijoratni ommalashtirish masalasiga ilmiy yondashib, batafsil yoritib berilgan. Elektron tijoratning kelajakda foydalilik darajasi, o'zini oqlashi keng tushuntirib berilgan.

Kalit so'zlar: innovatsiya, raqamli iqtisodiyot, investitsiya, iqtisodiy o'sish, elektron tijorat

Аннотация. В статье представлен научный подход к повышению роли цифровых технологий в экономике страны и продвижению электронной коммерции. объяснен уровень прибыльности электронной коммерции в будущем.

Ключевые слова: инновации, цифровая экономика, инвестиции, экономический рост, электронная коммерция.

Annotation. The article presents a scientific approach to increasing the role of digital technologies in the country's economy and promoting e-commerce. explained the level of profitability of e-commerce in the future.

Keywords: innovation, digital economy, investment, economic growth, e-commerce.

Elektron biznes tarixi 1960-1970 yillarning axborot texnologiyalari sohasida inqilobning boshlanishiga borib taqaladi. Mikroelektronika, kompyuter texnologiyalari va telekommunikatsiya tarmoqlarining yig'ma nomi bo'lgan AKTning jadal rivojlanishi-korxonalar o'rtasida va ular ichida ma'lumotlar almashish jarayonini soddalashtirish va arzonlashtirish imkonini berdi. Yirik korporatsiyalar hujjatli ishlar bosimi va xarajatlarini kamaytirish, shuningdek axborot almashish tezligini oshirish maqsadida elektron ma'lumot almashish uchun qog'ozsiz texnologiyalar joriy etilgan. Internet orqali savdoning iqtisodiy foydalari haqida ko'p yozilgan bo'lsa-da, shu bilan birga Internetning ayrim jihatlari, xususan xaritalar va joylashuvga asoslangan xizmatlar iqtisodiy tengsizlik va raqamli tafovutni kuchaytirishga xizmat qilishi mumkinligi haqida dalillar mavjud.

Elektron biznes atamasi 1996 yilda IBM kompaniyasining marketing va Internet bo'limi tomonidan uylab topilgan. Elektron biznes - bu axborot texnologiyaning turli klassifikatsiyalar uchun umumlashgan tushuncha bo'lib, korxonalarda tijorat ishlarini avtomatlashtiradi.

Davlat tomonidan iqtisodiyotning raqamli sektorini rivojlantirish bo'yicha keng ko'lamli choralar ko'rilmoqda, elektron hujjat aylanmasi tizimi joriy qilinmoqda, elektron to'lovlar rivojlantirilmoqda va elektron tijorat sohasidagi meyoriy-huquqiy baza takomillashtirilmoqda.

Elektron savdo xizmatini rivojlantirish mamlakatlar uchun beqiyos darajadagi imkoniyatlarni taqdim etadi. Global aloqa tarmoqlari va, birinchi navbatda, Internetning paydo bo'lishi elektron tijorat faoliyatini tashkil qilish va amalga oshirish sohasida haqiqiy inqilobga olib keldi. Natijada nafaqat biznes yuritishning yangi yo'nalishlari paydo bo'ldi, balki mavjud yo'nalishlar ham tubdan o'zgardi. Texnologiyalarning rivojlanishi xalqaro biznesga juda ham samarali tarzda yordam bermoqda.

Hozirgi kunda dunyo bo'ylab millionlab odamlar elektron savdo xizmatlaridan foydalanishni o'zlari uchun qulay deb hisoblamodalar. Bu tanlov esa elektron savdo xizmatidan foydalanayotgan korxonalar uchun yuqori daromad oqimini ta'minlamoqda.

Internet orqali elektron tijorat, aholining katta qismini sotib olish qobiliyati, shuningdek telekommunikatsiya kanallarining holati Internetdan foydalanuvchilarning yetarli auditoriyasini shakllantirishga imkon bergan rivojlangan mamlakatlarda mumkin bo'ldi. Chakana savdo sohasida (B2C) paydo bo'lgan elektron tijorat ulgurji savdo (B2B) sohasiga kirib bordi va davlat ehtiyojlari uchun xaridlar sohasini (B2G) yanada rivojlantirdi. Jahon amaliyoti shuni ko'rsatadiki, elektron tijoratning dinamik rivojlanishi har doim milliy darajadan "boshlanadi" va B2C yo'nalishi bo'yicha, mamlakatda Internet tarmog'idan foydalanuvchilarning umumiy soni ishlaydigan aholining qariyb 20 foizini, B2B yo'nalishi bo'yicha esa - milliy korxonalarning kamida 40 foizini tashkil etadi. Odatda B2G elektron tijorat yo'nalishi B2B yo'nalishi sodir bo'lganda rivojlana boshlaydi.

Elektron biznesning muvaffaqiyatli faoliyat ko'rsatishi va boshqaruv jarayonlarini amalga oshirish uchun elektron biznes ishonchli infratuzilmasi yaratilgan. Infratuzilma – tashkilotning barcha quyitizimlari faoliyat ko'rsatishi va elektron bozor qatnashchilarining barcha o'zaro aloqalari uchun sharoitlar ta'minlaydigan texnologik va tashkiliy jarayonlar kompleksi. E-tijorat kanallarining ishtirok etish darajasi elektron biznes infratuzilmasiga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Elektron tijorat infratuzilmasi qatoriga elektron pochta, elektron kataloglar, to'lov tizimlari, tijorat axborotini himoya qilish texnologiyalari, servisga yo'naltirilgan arxitektura, veb-serverlar, domenlar, e-CRM, ma'lumotlar axborot to'plamlari, katta ma'lumotlar, spravochnik va maslahat veb-resurslari va boshqa ko'plab narsalarni kiritish mumkin.

Bunday kompaniyalar turli so'rovlarga ega bo'lgan turli iste'molchilar segmentlariga xizmat ko'rsatadi. Ular tarkibiga FaceBook, AlibabaGroup, Google va boshqalarni kiritish mumkin. Masalan, AlibabaGroup o'zining qidiruv tizimi, ijtimoiy tarmog'i, to'lov tizimi,

auksioni va boshqa servislariga ega. AlibabaGroup o'sishiga nafaqat to'g'ri tashkil qilingan ko'p taraflama platformaning biznes-modeli, balki Xitoy bozoridagi monopoliya ham xizmat qilgan.

Mijozlar bilan o'zaro munosabatlar turi bo'yicha ikki modelni ajratib ko'rsatish mumkin:

- o'ziga-o'zi xizmat ko'rsatish. Kompaniya elektron platforma, mahsulot yaratadi. Xizmatlar iste'molchisi esa xaridni o'zi amalga oshiradi, masalan, onlayn-banking, elektron ta'lim, internet-banking va b.

- kraudsorsing. Kompaniya internet platforma ochadi, mahsulotni esa iste'molchilarning o'zi yaratadi (kraudsorsing mahsuloti). Hozirgi paytda kompaniyalar tomonidan shunday variantni tanlash afzal ko'rilmoqda. Misol: ijtimoiy tarmoq, videoservis, fotoservis va b.

Elektron savdoning tezkor rivojlanishi ikki omilga bog'liq. Sotuvchi uchun elektron tijorat chakana savdo sohasida biznesni yuritishning eng arzon usullaridan biridir. Xaridor uchun bu tovarlarning yanada jozibador narxlari tufayli pulni tejash, shuningdek uyingizga qulay vaqtda tovarlarni yetkazib berish orqali vaqtni tejash imkoniyatidir. Onlayn do'konlarning afzalliklari, shuningdek, ularning kechayu kunduz ishlashini va xaridor uchun qulay bo'lgan har qanday usulda sotib olish yoki xizmat haqini to'lash qobiliyatini (turli xil elektron to'lov tizimlaridan foydalanish, yetkazib berish paytida kurega naqd pul berish, qabul qilish punkti yoki omborda ishlaydigan xodimlar) o'z ichiga olishi kerak. Virtual tijorat elektronika, maishiy texnika, mebel, kiyim-kechak va poyabzal, uy-ro'zg'or buyumlari segmentlarida keng namoyish etilgan. Ta'kidlash joizki, hozirgi vaqtda oziq-ovqat mahsulotlarini onlayn savdosi bozori, ayniqsa, yirik shaharlarda, asosan uyga oziq-ovqat sotish va yetkazib berish xizmatlarining rivojlanishi tufayli jadal rivojlanmoqda.

Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi birinchi navbatda, nafaqat inqilobiy texnologik o'zgarishlar bilan, balki yangi iqtisodiyotning evolyutsiya qonuniyatlari bilan belgilanadi, zamonaviy menejmentni yangicha boshqaruv tamoyillari va biznesni yuritish qoidalarini hisobga olishga yo'naltiradi, mahsulot sifati va mehnat unumdorligining o'sishiga xizmat qiladi, iqtisodiy sikldagi salbiy biroqlarni bartaraf qiladi, inflyatsiya va ishsizlikni pasaytiradi, globallashuv sharoitlarida iqtisodiyotning barqaror o'sishini ta'minlaydi.

Iqtisodiy jarayonlar globallashuvi jahon elektron tarmog'ining shakllanishi bilan bog'liq iqtisodiyotning turli sohalari integratsiyasi kuchayishi tufayli zamonaviy iqtisodiyotning rivojlanishi asosiy tendensiya va tamoyillariga aylanadi. Yangi iqtisodiyotning ushbu qonuniyati bir tomondan, global biznes uchun keng imkoniyatlar ta'minlaydi, boshqa tomondan esa – firma va kompaniyalarning iste'molchilar oldidagi javobgarligini tubdan oshiradi. Iste'molchilar qoniqmaganligi zudlik bilan va keng ommaga ma'lum bo'lib qoladi.

Iqtisodiyotning globallashuvi, raqamli iqtisodiyotda zamon va makonning «yo‘q bo‘lishi» ko‘plab ishlab chiqarish omillari va, birinchi navbatda, vaqt omili qiymatining o‘zgarishiga olib keladi. Vaqt, ijtimoiy ishlab chiqarish toifasi sifatida, doimo ishlab chiqarishning qiymat bahosini belgilab bergan. Biroq hozirgi sharoitlarda vaqt «narxi» qiyoslab bo‘lmaydigan darajada o‘sadi. Ishlab chiqaruvchilar va iste’molchilar o‘rtasida «bir lahzalik» aloqalar dunyosida vaqt (uni tejash va bitimlar tezligi) katta, aytish mumkinki, strategik ustunlik va shu bilan bir paytda, har qanday bozorlarda muhim javobgarlik hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Прыгун И. В., Скуратович О. А. Диагностика Интернет-торговли как инновационной технологии: Учебное пособие.- М.: Дело и Сервис, 2009.- 112с.
2. David Poole Alan Mackworth *Artificial Intelligence: Foundations of Computational Agents*, Cambridge University Press, 2010
3. <http://www.bastion.ru/services/serv39.html>
4. Лapidус Л.В. Цифровая экономика: управление электронным бизнесом и электронной коммерцией. — М. : ИНФРА-М, 2019.
5. Хасаншин И.А.и другие. Цифровая экономика. Москва. 2019 год. 288 стр.